

เพื่อวิภา ทรงบัณฑิต : คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่น  
(SERVICE QUALITY OF AGRO TOURISM IN VINEYARD)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนิตยา เกื่อนนาคี, 101 หน้า.

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับบริการที่คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่น 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่น 3) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นจากการศึกษาความแตกต่างระหว่างระดับบริการที่คาดหวังกับระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 49 ปี การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,000 – 39,999 บาท ใน 1 ปีที่ผ่านมาได้ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นเพียงครั้งเดียว มีเพื่อนและญาติเป็นผู้ให้ข้อมูลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง จุดประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจ ร่วมเดินทางกับครอบครัวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 10,000 บาท

ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นในปัจจุบันกำหนดคุณภาพทั้ง 5 ปัจจัยต่างกัน ยกเว้นระดับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีความคาดหวังที่ต่างกันในปัจจุบันกำหนดคุณภาพทางด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น ทางด้านการรับรู้ของนักท่องเที่ยวพบว่าเพศต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย อายุและรายได้ที่ต่างกัน มีการรับรู้ต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นแตกต่างกันทุกปัจจัย ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในไร่องุ่นแตกต่างกันในทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยทางด้าน การให้ความเชื่อมั่น และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจุบันทางด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยมีค่าความพึงพอใจโดยรวม -0.132 แสดงถึงการส่งมอบคุณภาพบริการของไร่องุ่น ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา \_\_\_\_\_

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_

PENWIPA SONGBANDITH : SERVICE QUALITY OF AGRO

TOURISM IN VINEYARD. THESIS ADVISOR :

ASST. PROF. SUNITIYA THUANNADEE, Ph.D., 101 PP.

#### EXPECTATIONS / PERCEPTIONS / SERVICE QUALITY / AGRO TOURISM

The purposes of this research were: 1) to study the relationship between demographic factor and tourists' expectation toward service quality of Agro tourism in vineyard; 2) to study the relationship between demographic factor and tourists' perception toward service performance of Agro tourism in vineyard; 3) to study the tourists' satisfaction from the discrepancy between customers' expectation and perception toward quality of service.; 4) to study Thai tourists' behavior of Agro tourism in vineyard.

Results of the study revealed that most of the samples were female, aged between 30 – 49 years. They obtained bachelor degree of graduate, earning income between 20,000 – 39,999 baht per month, received the information mostly from friends and relatives, mostly decided to drive by their own cars. On the average, majority of the samples visited the vineyard once a year to relax, preferably in the weekends, willing to pay less than 10,000 baht per trip. From the significant level at 0.05, the different in demographic had different expectation toward service quality in every dimensions, except in tourists' income which different in only tangible dimension. Tourists in different gender had not different perceptions toward service quality in every dimension. Tourists in different age and income had different perceptions toward service quality in every dimension. Tourists in different graduated

had different perceptions toward service quality in every dimension, except in reliability dimension. Thai tourists had the highest satisfaction in Reliability dimension toward service quality. Then the overall satisfactions are -0.132, which implies that the service performances of vineyard did not meet tourists' expectation.

School of Management Technology

Academic Year 2010

Student's Signature\_\_\_\_\_

Advisor's Signature\_\_\_\_\_